働く女性に光を当てよう

今、女性が元気だ。

ビジネスは男性だけのものというイメージが今も根強く残っているが、社会環境は様変わりした。グローバルで勝ち残るためにも、女性の雇用促進は必須になるだろう。この点、日本では海外に比べて後れをとっている。

本紙5面では大洋印刷が女性営業を積極的に活かして業績を上げている事例を紹介した。クライアント側にも女性の経営者や社員が多くなることを見込んだ戦略ともいえる。

女性の働く意欲は強い。これまでビジネスの基盤を築き上げてきた男たちが、今こそ自らの意識を変えて支援する時だ。

エメラルド倶楽部
菅原 智美 代表理事

男性優位社会からの脱却が日本を豊かにする

女性経営者の集まりである一般社団法人エメラルド倶楽部（本部・東京都千代田区）の菅原智美代表理事は、志が高く成長意欲のある女性経営者が増えていくことを願い、5年前にこの会を発足させた。

全国のほか韓国にも支部があり、会員たちによる各種勉強会、ランチ会、海外視察などの活動は目覚ましい展開を見せている。

発足の理由について菅原氏は、「私自身、女性経営者の仲間が欲しかった。女性にしか相談できない経営の悩みを抱えている人は多い」と話す。

「国内における女性経営者の比率はわずか10％しかない。この数字は海外の先進国と比べても非常に低い。消費を握る女性こそが経営になることで、日本経済は発展し、世の中はもっと活性化するはずだ」

今後の目標として、女性経営者の比率を30％まで引き上げたいと考えている。社会の中で女性の活躍する比率が3割を超えると、社会全体に変化が起こると言われているからだ。

「会に参加している女性経営者の9割が、女性向けの仕事やサービスを展開している。これはつまり、いい意味で自分の気持ちを核にして経営を行っていると言えるだろう。男性の場合は、いかに売れるかが先行している傾向が強く、市場を見ても、女性向けのサービス事業を男性社員が中心になって行っているというほぼゼロだという。印刷ビジネスは新規参入としてのチャンスが見込めないのではないかという考えの一方で、「今後、女性のみで構成された印刷会社の需要もあると考える。他業種に目を向けてみれば、レディース不動産などの成功例もある」と期待を寄せる。

「営業などで女性の雇用が進んでいるのは、女性特有のきめの細やかさが必要とされているからだ。たとえば印刷受注では急な対応も多いだろう。女性はまめな性格なので、営業でもクライアントの立場に寄り添いやすいと考える」

逆に社会に出る女性たちが不得手な部分は何か。

「一般的な傾向だが、嫉妬、妬みはあるかもしれない。しかし、こうした課題は社員間でのコミュニケーションによって対処できる」

同性の仲間がいると心強いが、異性間でのコミュニケーションには配慮も必要になる。

「たとえば男性上司が女性の部下の悩みに対して、解決策を論理的に推し進めてしまうと、逆効果の場合もある。女性はただ話を聞いてもらえるだけでも充分効果がある。報奨金を渡すのではなくメンタルなケアを考慮することが、女性が安心して勤められる会社になる第一歩だ」

また国内企業の女性雇用に関しては、「独身の頃にバリバリ仕事をしていた女性が、結婚や出産後の再就職でどこにも雇ってもらえないという現状がある。新卒よりも即戦力になるはずだが、企業側が不安視している。こうした女性の眠っている能力を改めて見直すべきだ」と苦言も。

改善のためには、企業の労働時間に対する考え方を変えることや、男性の協力が必要だと話す。

「主婦でもデザインの仕事なら在宅でできる。短時間の雇用形態を採用する等さまざまな働き方があっていい」

「家事については男性にも協力してほしい。アメリカでは家事や育児をする割合が、妻と夫で6対4だといわれている。日本の場合は8対2。また、海外のように日本でも子育て支援ビジネスを増やしていくべきだ」

女性経営者が増えれば、女性の雇用も増える。「やる気のある人はたくさんいる」という菅原氏。

女性の活躍は、男性も元気にする。

◆女性進出の機会を

現在会員は700名を超えたが、その中で印刷関連企業の女性経営者は7割が海外展開を視野に入れた活動をしている。日本の製品は質が高く、発展が見込める海外市場への進出には大きな可能性がある。

シンボリック・アナリスト 青柳 秀男 氏

私が本誌に隔週連載していたコラム最終回の鼎談に登場いただいたのが、印刷業界で活躍する2人の女性でした。お話を聞いているうちに、女性の活用は印刷関連業界でもこれからとても重要になるのではと気づいたり入れたり、営業部門に女性を登用するなど、若い女性が活動的に働かれている会社を最近よくみかけます。これからの印刷業界が、ぜひ彼女たちのように若い女性の活躍できる業界になってほしいと思います。

◇

2人の会話はとどまるところを知らないのですが、共通しているのは「世の中が激しく変わっていく中で、印刷業界でも、もっと女性の活躍の場があるはずで、印刷業界にもその認識が広まってほしい」ということ。

実は私、この鼎談を進から変えていくべきなのかも知れません。

◇

安藤　女性といえども

アントが求める女性ならではの発想や提案でアプローチできるのでは」との視点を持っているのではないかと思いました。

この2人の話を聞いていて、大阪には前向きな印刷会社もあるのだなと。

昨年の読売新聞12月3日付けコラムには、「女性の就業率と出生率」というテーマで「女性の就業率が上がったら、少子化

女子学生だけの就職説明会

印刷業界では、日印産連の足立直樹会長が、昨年から機会あるごとに女性の活躍推進を唱え、意識の喚起を図っている。そして、印刷工業会の事業として具体的な取組みを開始した。昨年4月に開催した経営幹部向けセミナーをきっかけに会員企業にアンケートを実施し、課題や今後の意向を把握。9月には女性委員13名から成る「女性活躍推進準備委員会」を発足させた。委員長には共同印刷の新井妙子人事部人材開発課ダイバーシティ推進担当課長が就いた。2014年度から正式な委員会として活動を行う。

社会全体の流れをつかみ
印刷業界も活動開始

会員企業間の情報ネットワークの構築や、共有可能な各種制度の研究・整備などを目指す。女性には、社会のあらゆる分野で2020年までに指導的地位に女性が占める割合を30％程度に引き上げる政府目標がある。

全体に毎年30名程度の新入社員を採用しているが、その半数は女性だ。営業や印刷・製本オペレータに占める女性の割合が年々上昇している。佐藤尚哉取締役は「女性には細やかな感性と気付きがある。新しい事に対する興味も強く、新規顧客の獲得でかなりの実績を上げている」と話す。

取組みが遅れている印刷業界だが、女性の戦力化で先行する企業もある。1部上場の共立印刷は、女性の視点や感性を、仕組みづくりにいかに反映させるかが鍵となる。

こうした取組みの背景とに注目している就活生もいたという。

一方で「結婚や出産後